

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної  
ради НУВГП  
\_\_\_\_\_ Олег ЛАГОДНЮК

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020

06-13-05S

## СИЛАБУС

навчальної дисципліни

## SYLLABUS

**Стратегічний маркетинг**

**STRATEGIC MARKETING**

Шифр за ОП

ЗП 3

Code in Educational Program

Освітній рівень:  
магістерський (другий)

Educational level:  
master's (second)

Галузь знань  
**Управління та  
адміністрування**

07

Field of knowledge:  
**Management and  
administration**

Спеціальність  
**Маркетинг**

075

Field of study:  
**Marketing**

Освітня програма:

Educational Program:

**Маркетинг**

**Marketing**

Силабус навчальної дисципліни «**Стратегічний маркетинг**» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) освітнього ступеня, спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми «Маркетинг» Рівне. НУВГП. 2020. стор. 12.

ОПП на сайті університету: <https://nuwm.edu.ua/nni-em/kaf-mark/osvitni-proghrami>

Розробник силабусу: *Попко Олена Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу*

Силабус схвалений на засіданні кафедри  
Протокол № 01 від «31» серпня 2020 року

Завідувач кафедри: *Мальчик М.В., д.е.н, професор.*

Керівник освітньої програми: *Мартинюк О.В., к.е.н., доцент.*

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІЕМ  
Протокол № 10 від «02» жовтня 2020 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІ: *Ковшун Н.Е., д.е.н., професор*

Додається інформація, яка відображається в документі після розміщення його в цифровому репозиторії університету: № документа в ЕДО.

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Ступінь вищої освіти *магістр*

Освітня програма *Маркетинг*

Спеціальність *075 Маркетинг*

Рік навчання, *1*

семестр *1*

Кількість кредитів *4*

Лекції: *20 годин*

Практичні заняття: *20 години*

Самостійна робота: *80 годин*

Курсова робота: *-*

Форма навчання *денна, заочна*

Форма підсумкового контролю *іспит*

Мова викладання *українська*

## ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

### ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА



*Попко Олена Володимирівна,  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу*

Вікіситет *<https://cutt.ly/WgeMRXP>*

ORCID *<https://orcid.org/0000-0003-3356-6070>*

Як комунікувати *[o.v.popko@nuwm.edu.ua](mailto:o.v.popko@nuwm.edu.ua)  
тел. 098-603-07-56*

*Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі  
MOODLE*

## ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація, мета, цілі Даний курс є теоретико-методологічною основою застосування навчальної інструментів стратегічного маркетингу для досягнення дисципліни стратегічних маркетингових цілей підприємства та адаптації до умов вітчизняного та світових ринків.

Метою викладання дисципліни є формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок розробки стратегії і тактики маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

Основні цілі:

- надання студентам знань про сутність і сферу стратегічного маркетингу; особливості проведення аналізу маркетингового середовища та виявлення його впливу на стратегічну діяльність підприємства;
- розкриття теоретичних основ маркетингової стратегічної сегментації, проведення портфельного аналізу, вивчення класифікацій типових маркетингових стратегій зростання, цінових і комунікаційних стратегій;
- формування практичних навичок маркетингового стратегічного аналізу, маркетингового стратегічного планування, розробки стратегії і тактики маркетингової діяльності, обґрунтування вибору конкурентних маркетингових стратегій підприємства.

Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4890>

Компетентності

- ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
- СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

Програмні результати навчання	<p>Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності</p> <p>3</p> <p>урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p>
-------------------------------	--

Структура навчальної дисципліни	<p>Навчальна дисципліна складається з 20 годин лекційних занять, 20 годин практичних занять та 80 год. самостійної роботи.</p>
---------------------------------	--

### **Змістовий модуль 1.**

#### **Теоретичні засади стратегічного маркетингу**

#### **Тема 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу**

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,  
8 год. – самостійна робота)*

Сутність стратегічного маркетингу. Основні категорії стратегічного маркетингу. Класифікація маркетингових стратегій.

#### **Тема 2. Основи маркетингового стратегічного планування**

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,  
8 год. – самостійна робота)*

Поняття стратегії. Процес формування стратегії. Сутність стратегічного планування. Етапи стратегічного планування. Формулювання місії. Стратегічні і оперативні цілі підприємства. Узгодження стратегічних цілей підприємства з маркетинговими цілями. Типові помилки у маркетинговому стратегічному плануванні.

#### **Тема 3. Маркетингові конкурентні стратегії**

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,  
8 год. – самостійна робота)*

Базові конкурентні стратегії підприємства. Базові конкурентні стратегії за М. Портером. Базові конкурентні стратегії за Ф.Котлером. Особливості стратегічного планування за Дж.Траутом. Стратегія «блакитного» океану.

## **Змістовий модуль № 2.**

### **Аналіз маркетингового середовища**

#### **Тема 4. Маркетингове середовище підприємства**

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,  
8 год. – самостійна робота)*

Поняття маркетингового середовища підприємства. Фактори маркетингового макросередовища. Фактори маркетингового мікросередовища. Сили конкуренції за М. Портером.

#### **Тема 5. Маркетинговий стратегічний аналіз галузі**

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,  
8 год. – самостійна робота)*

Фактори, що обумовлюють інтенсивність конкуренції в галузі. Аналіз стану та перспектив розвитку галузі.

#### **Тема 6. Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку**

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,  
8 год. – самостійна робота)*

Поняття сегментації. STP-маркетинг. Вибір цільового ринку. Класифікація стратегій маркетингу залежно від ступеня охоплення ринку.

#### **Тема 7. Маркетинговий матричний аналіз**

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,  
8 год. – самостійна робота)*

Матриця Бостонської консультативної групи. Матриця «Мак Кінсі-Дженерал Електрик». Матриця SWOT-аналізу. Стратегічний SPACE- аналіз.

## **Змістовий модуль № 3.**

### **Види маркетингових стратегій**

#### **Тема 8. Маркетингові стратегії зростання**

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,  
8 год. – самостійна робота)*

Базові елементи маркетингової стратегії. Класифікація маркетингових стратегій.

#### **Тема 9. Маркетингові цінові стратегії**

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,  
8 год. – самостійна робота)*

Рівні ціноутворення. Класифікація цінових стратегій. Етапи формування цінової політики підприємства. Відповідність цінових рішень основним стратегічним напрямкам маркетингової діяльності підприємства.

## Тема 10. Маркетингові комунікаційні стратегії

(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,  
8 год. – самостійна робота)

Поняття комунікаційної стратегії. Етапи розроблення комунікаційної стратегії. Види комунікаційних цілей. Характеристика видів ринкових цілей.

### Методи, технології навчання та викладання:

проблемно-пошуковий метод; навчальна дискусія/дебати; мозковий штурм; кейс-стаді/аналіз ситуації.

**Засоби навчання:** мультимедіа, проекційна апаратура, інформаційно-комунікаційні системи, роздаткові друковані матеріали.

Методи  
оцінювання та  
структура  
оцінки

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно вчасно виконати практичні, індивідуальні та самостійні завдання, вчасно здати модульні контролі. Викладач проводить оцінювання індивідуальних завдань студентів шляхом аналітичного дослідження разом із студентом.

За вчасне та якісне виконання практичних, індивідуальних та самостійних завдань, здобувач вищої освіти отримує такі **обов'язкові бали:**

50 балів – усні, письмові практичні та самостійні завдання,

10 балів – індивідуальне завдання.

**Всього поточна складова оцінювання: 60 балів.**

**Модульна складова оцінювання:**

Модульний контроль № 1 – 20 балів,

Модульний контроль № 2 – 20 балів.

**Всього модульна складова оцінювання: 40 балів.**

**Разом: 100 балів.**

Студенти можуть отримати **додаткові бали** за: виконання рефератів, есе дослідницького характеру, наукових тез або статей за темою курсу. Тему дослідницької роботи студенти можуть вибрати самостійно за погодженням із викладачем. Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни.

**Модульний контроль** проходить у формі тестування. У тесті 20 запитань різної складності:

рівень 1 – 14 запитань по 0,5 бали (усього – 7 балів),

рівень 2 – 5 запитань по 2 бали (усього – 10 балів),

рівень 3 – 1 запитання по 3 бали (усього – 3 бали).

Усього за модульний контроль – 20 балів.

Лінк на нормативні документи, що регламентують проведення поточного та підсумкового контролів знань студентів,

можливість їм подання апеляції: <http://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezalezhnogo-otsiniuvannia-znan/dokumenti>.

Місце навчальної дисципліни в освітній траєкторії здобувача вищої освіти	Вивченню даної дисципліни передуює вивчення дисциплін першого (бакалаврського) освітнього рівня. Для вивчення даного курсу студентам необхідні знання з таких дисциплін: маркетинг, маркетингові дослідження, маркетинг промислового підприємства, маркетингова товарна політика, логістика, маркетингове ціноутворення, рекламна діяльність, маркетингові комунікації.
--	--



## Інформаційні ресурси

Всі навчально-методичні матеріали (робоча програма, методичні вказівки, навчальні посібники) вільно доступні на сторінці дисципліни в Навчальній платформі НУВГП: <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4890>.

### Базова література

1. Балан В.Г. Стратегічне управління. Методи портфельного аналізу : навчальний посібник /В.Г. Балан. – Київ : Наукова столиця, 2018. – 200 с.
2. Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / Мальчик М.В., Гонтаренко Н.А., Попко О.В., Толчанова З.О., Король Б.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І.; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.
3. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів /Майкл Портер. – Видавництво Наш Формат, 2020. – 424 с.
4. Стратегічний маркетинг: навч.посібник / Є. В. Крикавський та ін. – 2-ге вид. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. – 256 с.

### Допоміжна література

5. Попко О. В. Стратегічні імперативи маркетингової діяльності операторів молочного ринку України : монографія. Рівне : НУВГП, 2020. 251 с. (15,3 д.а.).
6. Райс Ел, Траут Дж. Маркетингові війни / Джек Траут, Ел. Райс. - Видавництво Фабула, 2019. – 240 с.
7. Чан Кім В., Моборн Р. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / В. Чан Кім, Рене Моборн. – Видавництво «Манн, Иванов и Фербер», 2016. – 620 с.

### Інші інформаційні ресурси

8. Національна бібліотека ім. В.І. Вернацького. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
9. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олексі Новака, 75). URL: <http://nuwm.edu.ua/naukova-biblioteka>(інформаційні ресурси у цифровому репозиторії).
10. Освіта.UA: Освіта в Україні та за кордоном. URL : <http://osvita.ua/>.
11. Вища освіта. URL: [http://osvita.ua/legislation/Vishya\\_osvita/](http://osvita.ua/legislation/Vishya_osvita/).

12. Обласна наукова бібліотека (м. Рівне, майдан Короленка, 6. URL : <http://www.lib.rv.ua/>).
13. Рівненська централізована бібліотечна система (м. Рівне, вул. Київська, 44). URL : <http://www.cbc.rv.ua/>.

## ПРАВИЛА ТА ВИМОГИ (ПОЛІТИКА)

### Дедлайни та перескладання

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядоку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Перездача модульних контролів здійснюється згідно <http://nuwm.edu.ua/strukturi-pidrozdzili/navch-nauk-tsentr-nezalezhnogo-otsiniuvannia-znan/dokumenty>. Оголошення стосовно дедлайнів здачі та передачі оприлюднюються на сторінці MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua/>.

### Правила академічної доброчесності

За списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, студент позбавляється подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість. За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності. Документи стосовно академічної доброчесності (про плагіат, кодекс честі студентів, документи Національного агентства стосовно доброчесності) наведені на сторінці ЯКІСТЬ ОСВІТИ сайту НУВГП - <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>.

### Вимоги до відвідування

Студенту не дозволяється пропускати заняття без поважних причин. У випадку пропуску заняття студент має можливість відпрацювати тему на консультації, яка відбувається на заздалегідь визначеній парі в ауд. 275 (кафедра маркетингу). Студент має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення <http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/>. При об'єктивних причинах пропуску занять, студенти можуть самостійно вивчити пропущений матеріал на платформі MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4890>. Здобувачі без обмежень можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки. В умовах карантину лекції та семінарські заняття проводяться за допомогою Google Meet за корпоративними профілями.

## ДОДАТКОВО

Правила отримання зворотної інформації про дисципліну

Щосеместрово студенти заохочуються пройти онлайн опитування стосовно якості викладання та навчання викладачем даного курсу та стосовно якості освітнього процесу в НУВГП. За результатами анкетування студентів викладачі можуть покращити якість навчання та викладання за даною та іншими дисциплінами. Результати опитування студентам надсилають обов'язково. Порядок опитування, зміст анкет та результати анкетування здобувачів минулих років та семестрів завантажені на сторінці «ЯКІСТЬ ОСВІТИ»:

<http://nuwm.edu.ua/porjadok-opituvannja>

<http://nuwm.edu.ua/sp/anketuvannja>

<http://nuwm.edu.ua/sp/rezultati-opituvannja>.

Оновлення змісту навчальної дисципліни

За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукових психолого-педагогічних досліджень особистості, діяльності та професійної діяльності, враховуючи досвід зарубіжних країн стосовно організації професійної діяльності фахівців певної галузі. При викладанні даної дисципліни враховано вимоги Закону України «Про вищу освіту» та нормативні документи щодо організації освітнього процесу у ЗВО, Стандарт вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni>. Студенти також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у галузі педагогіки та психології та використання сучасних технологій навчання. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

Навчання осіб з інвалідністю

Документи та довідково-інформаційні матеріали стосовно організації навчального процесу для осіб з інвалідністю доступно за посиланням <http://nuwm.edu.ua/sp/dlja-osib-z-invalidnistju>. У випадку навчання таких категорій здобувачів освітній процес даного курсу враховуватиме, за можливістю, усі особливі потреби здобувача. Викладач та інші здобувачі даної освітньої програми максимально сприятимуть

організації навчання для осіб з інвалідністю та особливими освітніми потребами.

*Лектор, к.е.н., доцент*

*О.В.Попко*